

# 商学研究所報

---

2011年3月

顧客セグメンテーションのための分析手法とその効果  
— ID-POSデータをもとにした事例 —

中 村 博 (中央大学大学院)  
熊 倉 広 志 (専修大学商学部)  
生 田 目 崇 (専修大学商学部)